

私はこう思う

園芸相談車の利用と 協力について

名古屋営業所

近本 明雄

全国の各県経済連に配属されている園芸相談車は、“マル協”マークのもと、今日も各地の農協に出向いて海辺のそさい畑の土壌診断に或は山間のみかん園土壌、更に丘陵地の茶畑診断にと、明日のより良い農産物作りを目ざして活躍していることだろう。

今回は名古屋支所管内各県連の土壌診断事業に協力している私達メーカーサイドから、日ごろ感じていることなどをお伝えしたい。

全農名古屋支所管内には富山、石川、岐阜、静岡、愛知、三重の6県が含まれていて、それぞれの経済連で園芸相談車が活用されているが、その活用状況は一律ではなく、各県の農業情勢などに応じ、各県連それぞれの方針・方法で、それぞれに特徴ある運営が行われているようである。

富山、石川、両県経済連では、土壌診断事業も自主運営が原則のようで、殆んど県連独自でやっておられるので、私達が土壌診断に出向くのは東海4県(岐阜、静岡、愛知、三重)に限られる。

以下は某月某日、愛知県下のA農協における1日の行動をレポート的にまとめたものである。

“あらかじめ連絡があった通り、朝、県連支所に到着すると、いつもの土壌診断でおなじみの顔ぶれが集っていた。待つほどなく県連の担当者が運転する園芸相談車が到着し、今日のメンバーは全部揃った訳だ。(メーカー土壌診断員2人県連担当者3人) さっそく同乗してA農協へ向けスタート。本日は、ハウス地帯のトマト定植を前にしての土壌診断だそう。

A農協に着くと、営農指導員の方達が、この地域の土壌が集められている撰果場へ案内してくれる。そうして場所が設定されると、われわれはそれぞれ手なれた順序で器具を配置し、土壌を簡い、それぞれの担当分析項目をきめると、いよいよ

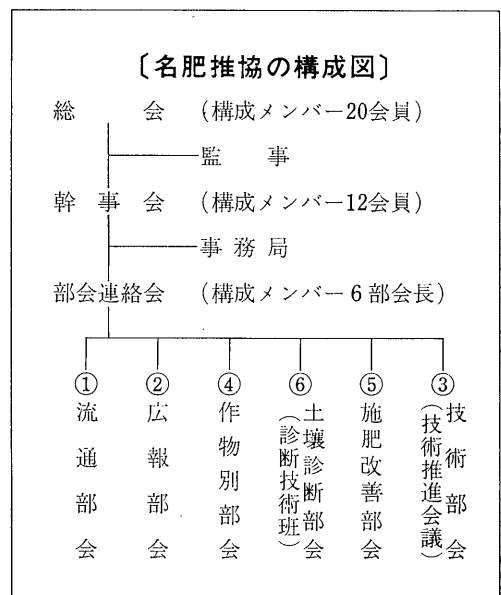
分析開始だ。

土壌のpHと塩類濃度を測定するグループ、亜硝酸と硝酸態窒素を定量する人、置換性塩基(アンモニア態窒素、カリ、苦土、石灰、アルミナ、マンガ)を定量する人、有効態りん酸、りん酸吸収係数を測定する人、…手順に従って、作業が進められる。

昼食もそこそこに、やがて比色や、比濁、或はメーターの読みから、次つぎと数値が出てくる。幸い今日は営農指導員の方々の助力があり、作業は思いのほかスムーズに進んだので、午後2時には分析はほぼ終了した。器具を洗い、乾かして、あと片づけが終る頃、そろそろ農家の方々が集ってくる。

分析項目別に数値を書き入れた土壌診断結果表のコピーもできて来たようなので、予定通り3時から説明会が開かれる。分析項目それぞれの意味、数値の読み方などについて話が進められ、唯一の診断結果である土壌改良資材の投入必要量に重点が移って行く。農家の方々が、びっくりするくらい熱心に質問されるので、やっと5時すぎに散会となった。”

さてこうした動きとは別に、名古屋支所管内には、「名肥推協」という土壌診断と密接な関係を有する組織がある。



「名肥推協」とは正式には「名古屋地区くみあい肥料推進協議会」と云い、全農連名古屋支所管内の関係系統メーカーを会員とし、全農連の事業方針、肥料推進方策にそって、くみあい肥料の普及活動を行うことを目的としている協議会である。(組織参照)

その下部組織に土壤診断部会があり、土壤診断員をかかえ、各県連の土壤診断事業に協力するという建前になっている。

元来、園芸相談車が購入される少し前、43年に分析項目や方法の打合せや、研修会が開かれ、将来は、農協指導員の班編成への補助となるという主旨で発足した、と聞いている。

現在、私達が土壤診断の手助けに出向くよう要請される場合2通りの方法があって、県連から直接メーカーに要請があり(主として)県担が行く場合と、県連から全農連に土壤診断日程の提示があり、それにもとづいて、「名肥推協」の土壤診断員に割り振られて出向く場合とである。

大体後者のウェイトが大きく、従って土壤診断班員の負担(化成6メーカー、8名)も大きくなる。

東海4県では土壤診断の歴史は比較的長く、またそれだけに定着していて、土曜、日曜を除きほとんど毎日フルに活動しており、分析点数も年間7~8,000点から20,000点にもものぼろうという熱心さであるが、それだけに、いろいろな問題もあるようだ。

農家に対する啓蒙や、土壤改良の効果等の成果などについては、県連の担当技術者の方に執筆をお願いする機会もあると思うので、こゝではおき前述のいろいろな問題について考えてみたい。

第1に「名肥推協」の土壤診断班員として名を連ねているメーカーに偏って、負担がかゝること。第2に土壤改良資材主体の説明なり、施用法に終始しているということ。従って、われわれ高度化成メーカーへの直接的な還元が少いことである。

「名肥推協」に名を連ねている当営業所員が、こゝ1年間の土壤診断出張回数を平均してみると、1月に15日ほどになり、その他に県担が数日

ずつ出ているということになる。これを直接セールス活動に結びつけたいというのが、私達の方針であり、願いでもある訳であるが、なかなか思うように行かない。

県連内部にも、土壤診断を土壤診断のみに終らせず、土壤改良資材はもちろん、化成肥料一般の拡販に、或は銘柄集約とか、或は合理化された施肥設計にもとづく面積予約の徹底に、何んとか有効利用の方法——すなわち“流通と密接に結びついた技術”ということが最近特に考えられて、いろいろな方策をとっているところもあるようですが、われわれも立場はやゝ違ふとは云え、非常に似たような問題がある。

その共通の目的を達する1つの方法として、(これはやはり設立当初の目的でもあったのだが)、農協の営農指導員の方々が、営農指導されるうえで、土壤診断が非常に役に立つ1手段であることを再認識されること、次いで自分で日常の営農指導の1つとして気軽にやって頂きたい。

そのために県連の担当技術者の方と、われわれメーカーの推進員とが、いろいろな面でお手伝いをする事、——このような態勢になったとき、現態制下で内在するいろいろな問題の幾つかは解消するような気がする。

何んと云っても1回だけの診断では、それきりである。アフターケアがあってこそ生きてくるものであり、またわれわれ化成メーカーへの利益還元もあり得よう。

前述した某月某日A農協での土壤診断についても、営農指導の方が中心となり、土壤診断結果をもとに、トマト栽培農家の方それぞれに、土壤改良資材はもちろん、元肥、追肥についても、具体的かつ適正な施用量を個別に指示し、(もちろん土壤診断に協力したメーカー資材を用いて、)その結果、肥料の統制率も大いに上がり、また、トマトの収穫も平均した良品位のものが高い収量で得られ、農家の皆様からも非常に喜ばれたというような後日談が伝わるように、土壤診断が理想的に活用されることを夢みている。